



La narrazione dell'attesa. Aspettative e attività delle audience nelle pause di programmazione delle serie tv

Antonella Mascio

Forse non c'è nulla di più umano che
condividere le storie.

Henry Jenkins, Sam Ford e Joshua Green
Spreadable Media

Audience e *quality drama*: una relazione complessa

Nell'epoca della cultura convergente (Jenkins 1992, 2006, 2010) lo studio delle serie tv va compreso entro un quadro teorico ampio che tenga conto sia delle forme testuali e delle loro tentacolari derive, sia delle "nuove" attività messe in atto dalle audience. Da un lato, infatti, gli stessi format delle fiction sono predisposti ad attivare il *transmedia storytelling*, ossia una storia transmediale che comprenda l'integrazione fra diverse esperienze di intrattenimento rese possibili per mezzo di una gamma di piattaforme mediali (Jenkins 2010). Dall'altro le audience appaiono sempre più complesse e sofisticate, *diffuse* e globalizzate, tanto che sembra sempre più evidente la necessità di considerarle "plurali", connesse ma assai diversificate. Si tratta di uno scenario in evoluzione che comprende l'istaurarsi di nuovi equilibri tra produzione e consumo, capaci di incidere in maniera sostanziale nel rapporto tra prodotti e pubblici, nonché tra storie e narrazioni.



Il *transmedia storytelling* implica infatti una disseminazione di contenuti su più mezzi di comunicazione tale da determinare l'instaurarsi di «universi narrativi dotati di diversi punti di accesso, pensati per coinvolgere maggiormente le audience» (Andò - Leonzi, 2013: 76). Un mezzo, come scrive Jenkins (2006), efficace per ampliare l'esperienza della narrazione.

Se è vero che questo modello fino a qualche anno fa riguardava maggiormente i prodotti televisivi appartenenti al genere del reality, attualmente emerge come quello più diffuso anche per altre programmazioni, compresi i *quality drama*¹. Le narrazioni delle serie tv infatti si strutturano sempre di più seguendo un'articolazione crossmediale, basata innanzi tutto su una complessità narrativa che comprende più linee di sviluppo, presupponendo forme di attività connessa da parte dei pubblici-utenti (Boccia Artieri 2012). Le storie si propagano così su più canali, da quelli televisivi fino agli ambienti di Internet nei quali le case di produzione permettono agli utenti la visita virtuale ai backstage, l'accesso alle interviste ai protagonisti con la descrizione delle loro vite private, la possibilità di partecipare a giochi basati sulla serie e altro ancora. Le audience spesso raccolgono queste stimolazioni agendo all'interno degli spazi interattivi istituzionali; soprattutto propongono esse stesse altri ambienti di frequentazione, discussione e fruizione della serie. Sono spazi gestiti in modo autonomo, regolati da proprie abitudini e rituali che assumono forma diversa: dai blog alle pagine facebook, dai forum ai canali di youtube.

Si tratta di nuove modalità di connettersi alle storie, in particolare a quelle basate su strutture narrative articolate, per renderle idealmente raggiungibili da qualunque spazio e in qualsiasi momento. Le trame in molti casi si configurano come processi in divenire, alla cui trasformazione talvolta partecipano anche i pubblici, in particolare negli am-

¹ Con *quality drama* ci si riferisce a quelle serie televisive caratterizzate da cast importanti, ibridazioni di generi, autoriflessività e spiccata tendenza verso il realismo. Lo show televisivo di qualità dovrebbe sfidare e coinvolgere lo spettatore, provocare reazioni e restare a lungo nella memoria del fruitore (cfr. Innocenti - Pescatore 2008; Grasso 2007).

bienti da loro autogestiti. La condizione di *timeshifting* (Lull 1990; Andò 2013) ha reso possibile, infatti, disarticolare il momento della fruizione del prodotto televisivo rispetto alla sua apparizione sugli schermi televisivi locali, configurando nuove prospettive di congiunzione fra serie tv e pubblici connessi (Marinelli - Celata 2012). Grazie alle possibilità offerte dalla tecnologia le audience attuali *abitano* gli spazi mediali (Meyrowitz 1985; Deuze 2006) e intervengono sempre più nella realizzazione delle narrazioni estese (Carini 2009), in particolare per quei *quality drama* che presentano un universo narrativo dalla forma modulare o “reticolare”. Di conseguenza i pubblici possono configurarsi come nodi della rete e partecipare al suo stesso sviluppo o alla sua evoluzione vivendo un’esperienza di consumo culturale più impegnativa e gratificante (Andò - Leonzi 2013).

In sostanza si fa riferimento all’idea di *engagement*, dunque a quella relazione fra testo e lettore che sfocia in forme stimolanti e reciproche di complicità². La situazione di fruizione diviene un’esperienza immersiva, che coinvolge soprattutto a livello emozionale, amplificando quindi la durata del piacere oltre il momento della visione³. Si tratta di un complesso insieme di pratiche legate alla ricezione personalizzata del testo, nonché alla sua condivisione con altri. Pratiche che riguardano l’attività stessa del consumo, l’accumulo di dati sulla serie, la sua socializzazione e il conseguente scambio di contenuti e interpretazioni. L’attaccamento a un *tv drama* si configura dunque come un insieme di azioni che (talvolta) prendono corpo attraverso modalità di interazione

² Le definizioni di *engagement* tengono conto della complessità linguistica a cui rimanda il concetto (“attirare” l’attenzione, “impegnarsi”, “fidanzarsi”...). In accordo con Romana Andò, possiamo affermare che «l’engagement è (...) l’insieme di disposizioni, motivazioni e comportamenti che il soggetto mette in gioco nella relazione con un contenuto mediale e che gestisce andando oltre la dimensione della fruizione, impegnandosi in pratiche partecipative pubbliche a forte valenza relazionale» (Andò 2013, pos. 1493) (Askwith 2007, cit. in Andò 2013).

³ A tal proposito Jenkins parla di «lovemarks e capitale emozionale» (2006).

basate sulla narrazione, su quella messa in atto dal testo e sulle sue derive proposte dalle audience.

Fra i vari ambienti messi a disposizione da Internet e utilizzati dai pubblici televisivi facebook sembra uno dei più interessanti. Il social media permette infatti di incamerare oggetti multimediali, informazioni – sia testuali che visive - e link ad altre pagine web, predisponendo uno spazio di archivio pressoché illimitato. Soprattutto rappresenta uno dei network più noti e utilizzati. Anche le pagine italiane dedicate alle serie sono numerose, gestite sia dai canali ufficiali che da quelli amatoriali.

La proposta che viene presentata in queste pagine riguarda proprio la relazione fra le serie tv e l'ambiente facebook, dunque l'osservazione dei modi in cui si attivano connessioni con determinati *quality drama* entro un nuovo contesto comunicativo, socio-culturale e simbolico. In facebook, infatti, a differenza di quello che accadeva nelle più classiche comunità virtuali (forum, e-group..⁴) non solo la serie viene interpretata e discussa, ma anche *utilizzata* dal pubblico.

Le funzioni relative alle pagine del social variano a seconda del profilo e della gestione. Da aspetti legati soprattutto all'informazione e all'aggiornamento sul *quality*, a creazioni di connessione con "altri" utenti con cui si condividono sfere del gusto (Bourdieu 1979), a operazioni di tipo fatico (Miller 2008) attivate per sentirsi connessi sia con la serie, sia con i suoi fan.

Per molti versi sono spazi che servono soprattutto per la gestione dell'attesa e per l'organizzazione della visione: l'attività degli utenti muta infatti in modo significativo fra il momento in cui la puntata va in onda e il periodo di tempo in cui si attende la programmazione successiva. Molto dello spazio è dedicato alle dichiarazioni su aspettative, previsioni, possibili prosecuzioni del racconto seriale e commenti sulle puntate appena viste, nonché a discorsi personali.

Questi momenti di intervallo vengono talvolta utilizzati dalle audience per virare verso il racconto della propria vita reale, operando un avvicinamento fra il proprio vissuto, quello del gruppo online e deter-

⁴ Cfr. Mascio 2008.

minati momenti che appaiono nella serie in questione. Ad esempio la celebrazione del Natale, o la festa di Halloween, in alcuni casi coincidono con il calendario delle audience e danno luogo a pratiche di imitazione di allestimenti o di abiti apparsi sul video. Si attiva una sorta di specchio delle temporalità (finzionali e reali) che produce discorsi e costituisce in alcuni casi modelli di riferimento.

Le serie tv oggetto d'analisi: Downton Abbey e Pretty Little Liars

In questo articolo mi occuperò in particolare di due *quality drama*, *Downton Abbey* (Carnival Films, 2010 -) e *Pretty Little Liars* (ABC family, 2010 -) molto diversi fra loro sia per contenuto che per ambientazione⁵. Il primo rientra nella sfera dei *teen drama* e racconta della vita misteriosa e movimentata di un gruppo di adolescenti in una ricca e immaginaria cittadina situata alle porte di Philadelphia. Il secondo è un *period drama*, ambientato in Inghilterra all'inizio del Novecento: narra delle vicissitudini di una famiglia nobile ed è cadenzato su ritmi lenti.

La scelta è caduta su queste due serie televisive per via della molte differenze temporali che pongono in evidenza: il periodo storico a cui fanno riferimento (passato vs presente), il ritmo narrativo che accompagna lo svolgersi delle vicende (lento vs veloce) e l'età prevista degli spettatori a cui sono indirizzate (pubblico adulto vs *teenagers*). Queste diversità hanno guidato anche l'osservazione delle pagine di facebook scelte per l'analisi; l'obiettivo era comprendere se la struttura narrativa incidesse (o meno) nelle dinamiche di discussione online. In particolare l'attenzione è stata focalizzata sulle pratiche realizzate dalle audience e sulle eventuali differenze fra un caso e l'altro⁶.

⁵ D'ora in poi: DA per *Downton Abbey*; PLL per *Pretty Little Liars*.

⁶ Per problemi di spazio non approfondiamo in queste pagine le questioni legate alla metodologia di analisi, alla scelta del corpus e alle dinamiche messe in atto dalle audience nel quadro della cultura convergente. In estrema sintesi diciamo che si tratta di uno studio delle serie tv in quanto te-

Le serie tv presentano al proprio interno descrizioni di modelli di vita facilmente interpretabili poiché fanno riferimento a patrimoni simbolici già noti ad un pubblico ampio e globalizzato. Nei casi qui affrontati, ad esempio, si rilevano differenze immediate fra il modello dell'adolescenza americana, diviso fra high school e famiglia, e il modello della nobiltà inglese, con rituali e abitudini che appartengono a una tradizione tipicamente europea.

Senza addentrarci ulteriormente nella descrizione dei due *quality drama*, ci sembra importante sottolineare che essi, come del resto molti prodotti mass mediali, possono essere considerati luoghi centrali per la riflessività sociale: al loro interno prendono corpo e vengono narrativizzati stili di vita, modi di rappresentazione della società, contemporanea o del passato. In questo senso si connettono con immaginari disseminati di convenzioni e simboli in parte già noti alle audience, arricchiti da quel senso di *everyday life* che appare con chiarezza in entrambe le serie. PLL e DA, ad esempio, si differenziano soprattutto a partire dai periodi storici riprodotti, dunque da temporalità differenti che riguardano e incidono anche nella rappresentazione dei modi di fare, dei gesti dei personaggi nella loro quotidianità.

Facebook come contesto d'analisi

Appassionarsi alla visione di un *quality drama* corrisponde talvolta ad un insieme di attività che dipendono solo in parte dalla sua trasmissione sugli schermi televisivi. Le abitudini di visione spesso non corrispondono agli orari previsti dai palinsesti e la fruizione delle serie viene realizzata soprattutto in modo solitario. Gli scambi di parola che appaiono nelle pagine di facebook confermano proprio la diffusione

sti e della loro relazione con le audience in specifiche pagine di facebook, mediante l'utilizzo degli strumenti dell'etnografia online e dell'analisi testuale. Il periodo di osservazione è durato 10 mesi e le pagine facebook prese in considerazione sono state due. L'analisi realizzata, che comprende anche una serie di questionari offline, è in corso di pubblicazione.

del modello della *bedroom culture* (Bovill - Livingstone 2001): le audience utilizzano i media nei modi e negli spazi a loro più congeniali⁷.

La scelta delle pagine di facebook da parte degli utenti avviene sulla base della descrizione compresa nel profilo identitario, dove appaiono con chiarezza una serie di informazioni che anticipano i temi che là vengono affrontati (boyd - Heer 2006): l'indicazione del *quality* a cui la pagina viene dedicata, la sua gestione (istituzionale o amatoriale), i modi in cui si discute (serio, ironico, parodico, ..). Per le pagine osservate il profilo, o paratesto (Genette 1987), è stato creato e gestito dagli utenti (pagine "amatoriali"), soggetti singoli o collettivi, che si configurano anche come "amministratori" mettendo in campo, oltre a conoscenze specifiche sul *drama*, anche competenze comunicative e gestionali. In molti casi costoro si configurano come opinion leader del gruppo, indirizzando gli interventi verso specifici topic discorsivi; sono dunque in grado di orientare il flusso narrativo che va a consolidarsi in questi spazi.

Il paratesto svolge, appunto, una funzione importante: si configura come ancora, punto di connessione, fra la pagina facebook e il prodotto televisivo. Per l'utente diviene un segnale informativo determinante poiché agisce da fonte di sollecitazione: lo induce a continuare l'esperienza con il testo mediante possibilità di incontro nuove ed alternative. Non solo: facebook è un ambiente in cui si sviluppano forme di socialità, dunque l'invito contenuto nel paratesto riguarda anche la promessa di un incontro con altri con cui condividere una passione.

La narrazione che va a crearsi in queste pagine è perciò regolata da elementi e motivi connessi con la serie tv, tali da presupporre una conoscenza comune nei partecipanti. Alla base di questa relazione vi è anche un ventaglio di competenze previste e già acquisite dagli utenti, necessarie per unirsi alle attività del gruppo. Oltre alla conoscenza del prodotto televisivo, a cui la pagina viene dedicata, vanno infatti comprese le competenze di tipo tecno-comunicativo, che riguardano la

⁷ Le analisi sulle abitudini delle audience crosspiattaforma evidenziano tali innovative modalità di consumo mediale (Nielsen 2012). Inoltre i dati che emergono dall'osservazione delle pagine facebook confermano questo dato.

possibilità di usare gli strumenti messi a disposizione dal social network e le competenze di tipo sociale, cioè la capacità – e la volontà – di connettersi con altri, che riguarda una serie di mosse conversazionali (botte-e-risposte nei post, indicazioni di approfondimento mediante link, notizie raccolte presso fonti poco note e altro ancora) e di pratiche di relazione-connessione, come, ad esempio, l'inserire semplicemente dei "like" per mostrare la propria presenza, o per mantenere il contatto con il gruppo (funzione fatica; Miller 2008).

Sebbene molto utilizzati e aggiornati di frequente, al loro interno gli spazi di facebook dedicati alle serie tv mostrano momenti di maggiore o minore attività e presenza di utenti, dunque diverse ondulazioni del ritmo discorsivo, in relazione a periodi specifici. Tale dinamica mette in evidenza soprattutto la differenza fra i momenti di pausa della programmazione e i momenti in cui le puntate della serie sono reperibili. In particolare i fan, cioè quella fetta di pubblico più attenta alle novità sul *drama*, controllano il momento e il luogo della prima messa in onda delle singole puntate: per i casi qui affrontati PLL viene inizialmente proiettata negli Stati Uniti, mentre DP nel Regno Unito⁸.

I pubblici italiani più affezionati che frequentano le pagine di facebook amano guardare le loro serie preferite in lingua originale, con i sottotitoli in italiano, uno, al massimo due giorni dopo la loro uscita sugli schermi televisivi americani. Il processo di messa a disposizione di questo materiale è attivo ormai da alcuni anni ed è assolutamente gratuito (oltre che irregolare): un regalo che le audience fanno alle audience, un atto che produce sentimenti di solidarietà, riconoscenza e

⁸ Ad esempio per PLL il processo di distribuzione delle puntate inizia con la loro messa in onda sugli schermi statunitensi (ABC Family) da giugno 2010 e la conseguente distribuzione su Internet. In Italia la serie viene proposta dal canale pay Mya da febbraio 2011. In chiaro viene trasmessa su Italia 1 a partire da giugno 2013. DA, invece, viene proposto in principio al pubblico britannico, poi a quello italiano e statunitense, tanto che molti dei commenti delle audience italiane riguardano anche le diverse versioni fra UK e USA (tagli, aggiunte..).

rafforza il legame comunitario nelle pagine di facebook in particolare e in Internet in generale⁹.

Nei periodi di regolare programmazione l'attività dei pubblici in facebook è intensa ed è legata soprattutto all'attesa delle nuove puntate. Nei momenti di pausa fra una stagione e l'altra il mormorio nelle pagine subisce dei rallentamenti: il ritmo delle conversazioni è più lento; gli interventi sono maggiormente votati all'approfondimento delle questioni che restano in sospeso e che attraversano solitamente più stagioni. Se è vero che la triplice divisione in passato, presente e futuro, tipica del tempo lineare occidentale (Adams 1995) viene scardinata negli audiovisivi grazie ad effetti di montaggio capaci di produrre nella storia salti indietro e in avanti, andando a comporre una discontinuità funzionale alla narrazione, negli ambienti online la temporalità diviene addirittura multidimensionale, occupando spazi di discorso che inseguono traiettorie diverse. Il tempo delle storie narrate dalle serie entra in connessione con il tempo "proprio" degli utenti, distinto per ogni singolarità e organizzato in funzione della relazione con il gruppo online di riferimento.

Intorno alla storia

Lo spazio online delle comunità dei pubblici definisce perciò una stratificazione di temporalità che riguarda più aspetti: la visione della serie, la storia della relazione di ognuno con quello specifico prodotto mediale, il consumo di tempo sociale con altri con cui si condivide una passione, la propria quotidianità che influisce sui ritmi di connessione. Tutto ciò incide nella costruzione di un fascio di narrazioni online che ogni gruppo pone in essere e che comprende sia i modelli di consumo, sia il privato degli utenti, sia il tipo di prodotto condiviso.

⁹ Per l'aggiunta dei sottotitoli si tratta, ad esempio, di quella pratica definita *fansub* che indica la traduzione non autorizzata dei prodotti medialti.

I livelli di cooperazione previsti dai *quality drama* nei confronti dei pubblici sono infatti diversi, legati da un lato alla struttura narrativa delle opere e dall'altro al meccanismo del *transmedia storytelling* messo in gioco. L'osservazione di facebook permette di indagarne alcuni. In particolare in queste pagine ci soffermiamo sulla dimensione dell'attesa, cioè sugli aspetti legati alla tensione temporale che va a determinarsi fra la visione di una puntata e l'altra, o la conclusione di una stagione e l'arrivo della successiva.

Nonostante le differenze fra PLL e DA siano molte e riguardino innanzi tutto il pubblico modello immaginato, più vicino alla fascia degli adolescenti da un lato e a quella degli adulti dall'altro, alcuni schemi narrativi sembrano propagarsi in entrambi i casi. In particolare tre sembrano le linee narrative rintracciate su facebook, parallele e talvolta sovrapposte: una legata alle storie del *quality*, una connessa all'attesa per le future puntate/stagioni, e l'altra alla vita privata degli attori delle serie.

La complessità dell'intreccio narrativo delle due serie diviene la base delle conversazioni fra utenti. La trama e le sue possibili interpretazioni funzionano da macro topic di discussione attorno al quale va a costituirsi un "tappeto di socializzazione": gli utenti intervengono per aggiungere il proprio punto di vista sulle vicende, sulle scelte estetiche (scenografie, design, outfit,..) sulle relazioni fra i personaggi, così come sugli attori e sulle loro vite fuori dal set, o sul loro impegno in altri set. I botte e risposte accrescono l'amalgama sociale fra i partecipanti e danno vita a veri e propri dialoghi in cui le prese di parola rafforzano la qualità delle informazioni scambiate.

Nelle pause fra una puntata e l'altra la tensione è proiettata soprattutto verso la possibile conclusione di vicende non ancora risolte. Le conversazioni concitate fra gli utenti danno origine a una narrazione che tende a riempire i non detti del testo (Eco 1979), soprattutto nei momenti in cui lo stesso è assente, perché già visto-fruito o perché non ancora consumato. Grazie alle tecnologie di *timeshifting* le audience, infatti, possono scegliere di utilizzare più tempo per fruire di ogni puntata, rispetto alla sua durata, per analizzarne ogni singola scena e cercare le risposte alle molte domande che qualunque narrazione lascia

nelle mani degli spettatori. Si tratta di andare ad investigare l'operato dei singoli personaggi, o gli eventi nel loro complesso, per tentare di costruire "ponti narrativi" fra gli accadimenti di una vecchia puntata (magari andata in onda un anno prima) e l'ultima. In questi casi una modalità molto utilizzata dalle audience è la condivisione di fermo-immagini delle scene, per rafforzare le proprie ipotesi costruite sulla connessione di momenti narrativi fra loro lontani: è una pratica che presuppone una visione ripetuta e sezionata del testo e l'uso del linguaggio visivo considerate talvolta più efficace di quello scritto¹⁰.

Il riempimento dei non-detti produce una ricerca (a volte estenuante) di particolari perduti che chiamano in causa passato e presente allo scopo di produrre nuovi percorsi di senso. In questi momenti, le discussioni si basano necessariamente sull'adozione di uno sguardo "meta" sul singolo *drama*, per mezzo di vari ragionamenti, ognuno dei quali orientato a dare una prospettiva univoca sull'andamento generale della storia.

Nonostante i diversi interventi, commenti e anticipazioni sulle vicende mettano in evidenza una struttura di conversazione dipendente dalla somministrazione delle puntate da parte delle reti televisive, non significa che in facebook le audience discutano contemporaneamente dello stesso ordine di eventi: come detto più sopra le puntate dei *quality* escono in periodi diversi a seconda dei Paesi e definiscono gruppi distinti di telespettatori. È importante perciò tenere presente che il ritmo di fruizione non è il medesimo per tutti gli utenti: i pubblici connessi non guardano contemporaneamente le stesse puntate e la sintesi dei loro discorsi talvolta diviene per qualcuno fuorviante.

I distinti momenti di visione evidenziano una differente conoscenza dello sviluppo degli eventi. Banalmente, chi sta guardando le puntate in contemporanea con il pubblico statunitense ha più dati sulla storia di chi è ancora alla prima stagione. Vanno così ad istituirsi

¹⁰ Gli utenti spesso inseriscono i fermo-immagine come "testimonianze visive", dunque basilari per il ragionamento che espongono al resto del gruppo.

più modelli di spettatori, a seconda del ritmo di fruizione. Nello spazio sociale di facebook questa dinamica coinvolge anche il tipo di legami che là vanno a realizzarsi, basati sulle diverse relazioni con il “sapere” della narrazione. Per fare un esempio, nelle pagine considerate per l’analisi, accanto alle audience della prima ora, che seguono le serie con assiduità fin dalla prima stagione e che guardano le puntate più o meno in contemporanea con i pubblici statunitensi e britannici, troviamo utenti che hanno scoperto i due *quality* in un secondo momento, mediante il passaparola di amici. Altri ancora hanno cominciato a vederli quando sono andati in onda sulle pay tv italiane e altri invece li guardano sui canali che trasmettono in chiaro. Questa enorme varietà di tempi di visione produce nelle pagine di discussione più linee di contatto fra gli utenti e dà origine a diversi piani narrativi: da quello proiettato in avanti, che riguarda le puntate in produzione su cui non esistono ancora neppure degli spoiler¹¹, a quello che invece ritorna verso il passato, che comprende i pubblici che hanno scoperto per ultimi la serie. Tutto ciò incide anche sul tipo di rapporti che vanno ad instaurarsi nel gruppo: i più competenti, o esperti – che a volte coincidono con gli amministratori della pagina - badano soprattutto a non fornire troppi dati sugli sviluppi delle vicende proponendo una modalità di tipo pedagogico-istruttivo di solito ben apprezzata dai novizi. Gli esperti però non si occupano solo di commentare l’intreccio narrativo; mettono in mostra le proprie conoscenze mediante una serie di dati che riguardano l’intero universo della serie: le relazioni fra i romanzi e la versione televisiva, le scelte fatte dagli autori delle sceneggiature, il nome dei costumisti e la loro partecipazione ad altre serie, la vita degli attori fuori dai set e altro ancora. La combinazione di questi elementi funziona in alcuni momenti da narrazione extra-diegetica: l’insieme dei post si configura come una voce narrante che spiega, dalla sua posizione, l’andamento degli eventi comprendendoli entro sfere di senso più ampie, soprattutto laddove appaiono misteri da scoprire.

¹¹ Lo spoiler è un’informazione sul futuro della storia, un’anticipazione che può rovinare il gusto della visione della stessa.

È qui che si inserisce una linea narrativa che per la serie PLL appassiona la maggior parte dei partecipanti della pagina. Si tratta della ricerca delle teorie sulla serie, dunque di possibili “linee rosse” che colleghino elementi isolati apparsi in momenti e stagioni diverse¹². PLL è basata su una sequela di misteri da risolvere, perciò il gioco investigativo è parte del lavoro delle audience. Per questo motivo sono gli utenti stessi a nominare il topic discorsivo “teorie”: contiene e rimanda a un insieme di ipotesi e congetture basate anche su particolari non esplicitati nelle puntate, ma presenti nei libri da cui la serie è tratta. Oltre alla logica interpretativa viene richiamata anche la competenza sui dettagli e sul quadro generale della storia, dunque la capacità da parte delle audience di mettere insieme e spiegare gli eventi a partire da quanto manifestato nel testo, nonché il loro grado di engagement con la serie: nei post, ad esempio, si trovano annotazioni di sfumature, minuzie che implicano la visione ripetuta di vecchie puntate e che vengono messe in connessione con l’evoluzione dell’intreccio nei nuovi episodi. Si tratta, anche in questo caso, del lavoro sul non-detto del testo che agita gran parte delle discussioni: ipotesi su relazioni non esplicitate ma possibili fra alcuni personaggi; domande che riguardano la loro vita prima dell’apparizione nella storia; e ancora analisi di tipo psicologico sulle loro (complesse) personalità.

È soprattutto nelle pause di programmazione più lunghe, quelle che si frappongono fra la conclusione di una stagione e l’inizio della successiva, che viene dedicato più spazio alla linea discorsiva dedicata alle teorie¹³. Ospita prese di parola che a volte si trasformano in botta-

¹² In questo caso è proprio l’amministratore a pubblicare il primo post che dà luogo ad una lunga lista di teorie individuate dagli utenti, raccogliendo in questo modo una serie di discussioni sul tema che già andavano a formarsi in diversi spazi della pagina. L’amministratore-opinion leader funziona dunque da collettore di sintomi discorsivi, i cui innesti possono dare origine a specifiche linee narrative.

¹³ A volte le singole stagioni subiscono dei “rallentamenti” di somministrazione delle puntate. Ad esempio, per PLL, la prima stagione subisce un

e-risposta e definiscono così una o più tesi condivise. In altri casi si configurano come voci solitarie che spiegano la possibile connessione fra più dettagli per arrivare a definire un'ipotesi ragionevole e accettabile.

Lo schema delle possibili teorie nella pagina facebook serve a fornire risposte per alcuni e a raccogliere domande lasciate in sospeso per altri. Una sorta di *work in progress*, legato in parte allo sviluppo narrativo della serie e in parte completamente autonomo dalla stessa: talvolta le audience procedono seguendo sentieri coerenti con la storia rappresentata, a volte lontani dalla sequenzialità del racconto televisivo, utili per immaginare possibili gradi di ampliamento di quel mondo al punto tale che qualche utente si sconvolge di più per le visioni raccolte nel social network che per le puntate già viste¹⁴.

Sulla base delle teorie elaborate dagli utenti si instaurano anche specifiche dinamiche sociali. Le ipotesi più accreditate vengono lungamente discusse e dividono il gruppo online: qualcuno si schiera a favore mentre altri le analizzano per smontarle¹⁵. I partecipanti esaminano soprattutto i misteri non svelati e si interrogano sui livelli di verità interni al testo mediante ragionamenti legati alla "tenuta" del mondo possibile là rappresentato. A partire da ciò che viene visto nelle diverse puntate, tentano cioè di ricostruire la fabula sotto l'intreccio, quindi di verificare le diverse ipotesi sulla base delle posizioni dei personaggi, delle loro opinioni e della presenza/assenza sulla scena.

DA invece, in quanto *period drama*, non propone misteri da risolvere, ma descrive piuttosto lo scorrere delle vicende di una nobile famiglia inglese, con continui colpi di scena e mutamenti di prospettiva rispetto a una presumibile linearità e monotonia. Anche in questo caso

arresto il 10 agosto 2010 (puntata n.10) per riprendere il 3 gennaio (puntata n.11). Anche in questi casi si fa riferimento all'idea di pausa lunga di visione.

¹⁴ Un esempio apparso in una delle pagine osservate: «La teoria "x" mi ha sconvolto..mi sembra più terrificante di quello che ho visto in tv».

¹⁵ Per avere un'idea della massa di dati, in una delle pagine facebook analizzate, al post "Chi ha cercato di uccidere Alison?" che sintetizza una delle macro questioni della serie sono seguiti 165 commenti.

un piano discorsivo che guida molti degli interventi delle audience risponde alla domanda “cosa succederà?”, posta però senza il pathos e l’ansia tipica del giallo-thriller, come in PLL. Nelle pause più ampie, quelle fra la conclusione di una stagione e l’inizio della successiva, l’attenzione delle audience viene canalizzata soprattutto verso i set in cui si girano le scene. In particolare sono le immagini dietro le quinte ad occupare gran parte dei post, dando origine a numerosi commenti.

Per entrambe le serie molti degli interventi pubblicati dagli utenti sono di tipo visivo: i post composti da immagini, soprattutto nei momenti di sospensione più ampi, superano i testi scritti e danno luogo a vere e proprie “conversazioni-narrazioni di immagini”. Talvolta si attiva una vera e propria competizione, che riguarda la velocità di pubblicazione di scoop visuali o di scatti che ritraggono gli attori in circostanze private.

Tensione temporale

Nonostante le molte differenze riscontrate fra i due esempi, possiamo affermare che le pagine di facebook funzionano per entrambi come spazi ideali per gestire la condizione dell’attesa.

L’attesa si configura come un dispositivo capace di permettere ai pubblici di ripensare alle storie durante le fasi di *stand by* della programmazione. Non riguarda perciò solo uno spazio di sospensione fra un momento e l’altro; come abbiamo già visto, viene invece riempita da una tensione temporale che va a manifestarsi in modi diversi nelle relazioni online, occupando più livelli discorsivi. È determinata dal desiderio di congiunzione con la serie tv; ed è forse proprio tale desiderio a muovere un’organizzazione narrativa basata sul percorso che mette in relazione le audience con l’oggetto desiderato (Volli 2002). L’attesa dunque non definisce una condizione statica, ma indica uno stato dinamico: coincide con l’orizzonte delle aspettative a cui partecipano gli utenti di ognuna delle due serie. Produce una tensione narrativa che viene proiettata sul futuro - e riguarda l’andamento della programmazione e lo sviluppo dell’intreccio - e contemporaneamente investe il

passato, attraverso lo sforzo compiuto dalle audience per connettere i vari tasselli delle storie.

Sul fronte sociale l'attesa comprende anche strategie di scambio che possiamo definire di tipo ansiogeno, dove le prese di parola sono simili a manifestazioni di impazienza, o addirittura di vere e proprie richieste di aiuto reciproco per "sopportare" la pausa temporale: «quando esce la puntata? Non ne posso più, questa attesa..»; «Voglio la quinta stagione oraaa!»; «Mancano solo 22 giorni. Non vedo l'ora!!»¹⁶. A questo livello le domande e le risposte sul tempo sono continue e mettono in campo prospettive future di visione che corrispondono anche ad inclusioni nel proprio vissuto personale, come dichiara un utente: «davvero ci sarà una sesta stagione??no va beh anche basta. Ho cominciato questa serie al liceo e finirà quando mi laureo. Non è uno scherzo voglio piangere». La serie accompagna nel lungo periodo le audience, che nel frattempo mutano prospettive e progetti di vita. Se per certi versi la presunta coincidenza fra il racconto televisivo e l'esperienza degli spettatori può produrre effetti di intensificazione dell'*engagement*, dall'altro l'eccesso di durata può indurre stanchezza e distacco.

L'attesa definisce un processo di appropriazione e di "autoformazione" dei pubblici che incide nella maturazione dell'identità e produce un nuovo senso di intimità (Thompson 1995). L'autoformazione è evidente su più piani: oltre al "sapere" sulla serie gli utenti vengono informati sulle pratiche di gestione dell'online, di cui velocemente si appropriano poiché necessarie per restare connessi con il testo e per condividere l'esperienza del gruppo che per molti diviene importante. Le forme di aggregazione online possono infatti costituire vere e proprie *comunità emozionali* nelle quali si realizzano sia legami effettivi fra utenti che legami immaginari con la serie, relazioni, queste ultime, di quasi-interazione mediata non reciproca che talvolta possono tramutarsi in una forma di dipendenza (Thompson 1995). Si tratta della manifestazione della "mancanza" della serie, che nei discorsi degli utenti appare sotto forma di esagerazioni, una sorta di narrazione depressiva verso

¹⁶ Questi e altri esempi sono tratti dalle pagine facebook prese in esame.

un prodotto con il quale si è creato un forte legame¹⁷. Il senso di mancanza partecipa infatti, alla messa in moto del processo dell'attesa che culmina, ogni volta, con la soddisfazione del desiderio stesso, ossia con la visione della serie. Appare soprattutto durante le pause più lunghe di programmazione e produce più effetti: da un lato mette in moto la necessità di riguardare le vecchie puntate per ritrovare l'universo del *drama* nella propria quotidianità; dall'altro accresce l'esigenza di incontrare altri con cui condividere pensieri e osservazioni sullo stesso. Si originano così meta-narrazioni sulla serie che aiutano le audience ad organizzare le proprie riflessioni e rinforzano il senso di comunità.

In sintesi è possibile affermare che l'attesa produca effetti su più livelli: da un lato, come abbiamo visto, nella relazione fra singolo e *drama* poiché si iscrive su uno sfondo di temporalità durativa. L'utente aspetta di vedere la puntata successiva sulla base di un contratto già stabilito a priori. Qualcosa di simile accade anche a livello sociale: ci si aspetta che nel gruppo gli esperti condividano novità sulla serie e sulle puntate in uscita. Alla base di queste dinamiche si rintraccia un contratto di tipo fiduciario che va a stabilirsi soprattutto nei gruppi particolarmente coesi.

L'aspetto temporale rappresenta perciò un elemento importante da osservare per lo studio delle relazioni sociali dei gruppi in facebook. Oltre all'attesa, un altro meccanismo evidente in questi ambienti riguarda la gestione dell'organizzazione della visione, che appare molto simile per entrambi gli esempi osservati. Nei periodi di programmazione l'organizzazione della visione funziona in modo ciclico, dando luogo a routine vere e proprie: (1) nei post appaiono le notizie sull'anteprima della puntata che verrà trasmessa la settimana successiva, basate su promo apparsi sulle reti statunitensi e britanniche; (2) quasi contemporaneamente sono pubblicati i commenti sull'ultima puntata andata in onda, indicando possibilità interpretative e canalizzando l'attenzione degli utenti verso specifici particolari della visione.

¹⁷ Alcuni esempi dalle pagine osservate: «Ahahah!! Sclero per astinenza!!», «Ma quando iniziaa??», «questa astinenza è come un'agonia!!!».

(3) A questo punto si sviluppano vere e proprie conversazioni: altri utenti inseriscono proprie intuizioni e dettagli rispetto all'andamento della storia. Si aggiunge poi un quarto passaggio: (4) l'introduzione di riferimenti alla vita privata degli utenti-partecipanti. Nelle pagine di facebook la dinamica tipica della serializzazione del *drama*, dunque il ritmo scandito dalla programmazione televisiva, mediante annunci, promo e visione della puntata mette in moto una serializzazione di secondo livello, quella delle audience, con un proprio ritmo e abitudini che via via vanno consolidandosi.

La tensione si allenta nei mesi estivi, quando gli utenti si sentono obbligati a pubblicare post di scuse per via della mancata permanenza nella pagina dovuta al periodo di vacanza. L'entrata in scena di una nuova temporalità nella vita offline incide nelle dinamiche discorsive online. Tale fase è anche caratterizzata da una sorta di "astinenza da visione": le puntate andate in onda durante l'allontanamento da casa – e probabilmente da una connessione Internet che permette lo streaming o il download – innesca un maggiore desiderio di visione, condiviso dagli utenti e capace di dar luogo a progetti di fruizione futura collettiva.

Oltre la storia: le connessioni emotive e la "cura" della serie

Come abbiamo visto nelle pagine precedenti, per alcuni gruppi di audience la visione di una serie tv comprende oggi anche il monitoraggio dei suoi sviluppi su facebook mediante la condivisione di regole e routine sociali. Per i casi esaminati, PLL e DA, nonostante le molte differenze esistenti, il valore delle pagine facebook sembra essere il medesimo. Certo, mutano i toni utilizzati nei dialoghi, i contenuti di cui si parla e le modalità con cui le audience si scambiano messaggi e prodotti digitali, andando ad incidere nella formazione di due diversi stili conversazionali: uno più giovanile e l'altro più formale. Inoltre i riferimenti alla *real life* degli utenti evidenziano l'appartenenza delle au-

dience a differenti stili di vita che portano a fluttuazioni discorsive fra loro inconciliabili: ad esempio compaiono post sulla scuola da un lato e su ricette e preparazione di piatti dall'altro.

Le diverse pagine sono però assimilabili fra loro per la stessa gamma di funzionalità a cui rimandano, in particolare rispetto alla gestione dell'attesa e delle aspettative verso i singoli *drama*. Da questo punto di vista, per entrambi i casi, facebook, più che un social network, sembra rappresentare un "salotto virtuale" dove le audience si *accomodano* per scambiare informazioni, gossip, battute, ma anche approfondimenti, divagazioni, dunque contenuti che vengono legati e generati dalla socializzazione attorno alle serie. Uno spazio abitato e, metaforicamente, ammobiliato in cui fermarsi per dare un'occhiata, per fare una conversazione, per partecipare a un lavoro collettivo di ricerca e interpretazione, per imparare a gestire strumenti tecnologici e – naturalmente – per accrescere la propria conoscenza sulla serie preferita. Le dinamiche che là si realizzano riguardano in particolare il modo – o i modi – di stare insieme delle audience in quello specifico spazio: un ambiente complesso, un meta-medium all'interno del quale è possibile utilizzare più linguaggi (visivo, scritto, audio-video). Va ancora aggiunto che facebook appare su molti dispositivi mobili, accompagnando l'esperienza di condivisione dell'utente in molti degli spazi della sua vita ordinaria. Ciò significa essere *always on*, restare virtualmente collegati alla pagina e al discorso sulla serie in modo costante, dunque far parte di un specifico gruppo sociale connotato, diffuso e sempre presente. Una conversazione che si protrae oltre il confine dell'ambiente del social network per entrare a far parte della quotidianità delle audience.

Le pagine di facebook sembrano dunque spazi adatti ad ospitare diverse possibilità di connessione con la serie: dal restare sempre "agganciati" ad essa, al mostrarne una approfondita conoscenza, fino all'esprimere un attaccamento passionale. In particolare quando diventano un punto di riferimento per una comunità affettiva le pagine risultano essere la conseguenza di un serio progetto di aggiornamento costante, pertinente e continuo. Nei discorsi e nelle narrazioni online il registro emotivo talvolta è predominante rispetto a quello interpretati-

vo-razionale, tanto da poter parlare di una sorta di “cura sociale” (Macek 2013) che le audience pongono in essere rispetto al *drama*. Parliamo di “cura” sulla base del modo in cui gli utenti mettono in atto comportamenti e linguaggi: l’uso di un vocabolario sentimentale, con termini che sfociano nell’intimità evidenziano una forma di tenerezza volutamente esibita nei confronti del prodotto tv e dei suoi attori, con ripercussioni sul gruppo di discussione.

Nelle pagine dedicate le audience definiscono perciò anche una narrazione di tipo “affettivo”, legata all’oggetto mediale e all’universo narrativo che porta con sé (Turkle 2011). L’affettività riguarda infatti le storie, i personaggi e soprattutto l’atmosfera che viene creata nelle serie. È proprio a questo livello che si installano configurazioni estetiche che investono le location e gli stili di vita rappresentati e che risultano attraenti per le audience. I post esaminati evidenziano infatti una forma di complicità basata sul riconoscimento e apprezzamento di un orizzonte del gusto, dunque di una parte di capitale culturale già condiviso a priori, che funziona da substrato comune.

La connessione con i mondi finzionali dei *drama* si proietta così nel reale dello scorrere della vita delle audience, mediante piccoli o grandi particolari. Gli elementi delle serie vanno talvolta a costituire modelli da imitare: per gli outfit, per il linguaggio, per il comportamento, per l’arredamento, tutti da far propri, da interpretare per poter essere ricollocati nella propria realtà. Ad esempio per DA è stata creata la pagina facebook della biblioteca, ambiente molto utilizzato nella rappresentazione televisiva. In essa le audience postano citazioni e riferimenti a letture personali, soprattutto di libri di fine Ottocento. Le audience di PLL invece discutono molto anche di altri *teen drama*, di design, di abbigliamento. Su ognuno di questi punti gli utenti scambiano opinioni e creano connessioni basate su un’idea di gusto che dalla serie si muove poi verso altri universi. Il lato estetico rappresenta dunque per entrambi i *drama* un elemento di fondamentale importanza e si pone come anello di congiunzione fra l’universo immaginario della fiction e il mondo reale delle audience (Morin 1972). Come scrive Bourdieu, infatti, «Il gusto è proprio ciò che accoppia ed imparenta cose e persone che stanno bene insieme, che si adattano reciprocamente (...) una specie di

senso immediato delle compatibilità» (Bourdieu 2001: 247-248). La sfera del gusto definisce perciò possibili *affinità elettive* fra audience e *drama*, nonché fra diversi gruppi di audience.

La serie tv diventa così una sorta di modello, qualche cosa a cui far riferimento anche per la propria vita sociale. L'idea di coesione, di far parte di un gruppo ristretto e di una narrazione partecipata rappresenta perciò uno degli obiettivi della condivisione di quello spazio. Una connessione che le audience sviluppano su più livelli: finzionale, con la serie; virtuale, con i diversi utenti; effettivo per l'esperienza vissuta in facebook.

Bibliografia

- Adams, Barbara, *Timewatch. The social analysis on time*, Cambridge, Polity Press, 1995, trad. it. *Timewatch. Per un'analisi sociale del tempo*, Milano, Baldini Castoldi Dalai, 2005.
- Askwith, Ivan D., *Television 2.0: Reconceptualizing TV as an Engagement Medium*, B.A. Individualized Study (Technology, Media & Culture) Gallatin School of Individualized Study New York University, 2003, <http://cmsw.mit.edu/television-2-0-tv-as-an-engagement-medium>, online (ultimo accesso il 10.11.2014).
- Andò, Romana - Leonzi, Silvia, *Transmedia Storytelling e Audience Engagement. Strategie narrative e pratiche partecipative nell'era digitale*, Roma, Armando (formato kindle), 2013.
- Andò, Romana, "Tempo di fruizione e forme di socialità online: come cambia il rapporto tra serialità e audience nella connected television", *Tempo di fiction*, Ed. Buonanno Milly, Napoli, Liguori, 2013: 107-120.
- Baym, Nancy K., *Personal Connections in the Digital Age*, Cambridge - Malden, Polity Press, 2010.
- Boccia Artieri, Giovanni, *Stati di Connessione*, Milano, FrancoAngeli, 2012.
- Bourdieu, Pierre, *La distinction*, Paris, Éditions de Minuit, 1979, trad. it. *La distinzione: critica sociale del gusto*, Bologna, Il Mulino, 2001.

- boyd, danah – Jeffrey, Heer. "Profiles as Conversation: Networked Identity Performance on Friendster", *Proceedings of the Hawai'i International Conference on System Sciences* (HICSS-39), Persistent Conversation Track, Kauai, HI: IEEE Computer Society, January 4 - 7, 2006.
- Bovill, Moira - Livingstone, Sonia (eds.), "Bedroom culture and the privatization of media use", *Children and Their Changing Media Environment: a European Comparative Study*, Mahwah (N.J.), Lawrence Erlbaum Associates, 2001: 179-200.
- Carini, Silvia, *Il testo espanso*, Milano, Vita & Pensiero, 2009.
- Deuze, Mark, "Participation, Remediation, Bricolage: considering principal components of a Digital Culture", *The Information Society*, 22.2 (2006): 63-75.
- Eco, Umberto, *Lector in fabula*, Milano, Bompiani, 1979.
- Genette, Gérard, *Seuils*, Paris, Éditions de Seuil, 1987, trad. it. *Soglie. I dintorni del testo*, Torino, Einaudi, 1989.
- Grasso, Aldo, *Buona maestra: perché i telefilm sono diventati più importanti del cinema e dei libri*, Milano, Mondadori, 2007.
- Innocenti, Veronica - Pescatore, Guglielmo (eds.), *Le nuove forme della serialità televisiva. Storia, linguaggio e temi*, Bologna, Archetipo, 2008.
- Jenkins, Henry, *Textual Poachers: television fans and participatory culture*, New York, Routledge, 1992.
- Jenkins, Henry, *Convergence Culture* (2006), trad. it. *Cultura Convergente*, Milano, Apogeo, 2007.
- Jenkins, Henry, "Transmedia Storytelling and Entertainment: an annotated syllabus", *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*, 24.6 (2010): 943-958.
- Lull, James, *Inside family viewing: ethnographic research on televisions audiences*, London - New York, Routledge, 1990, trad. it. *In famiglia, davanti alla TV*, Roma, Meltemi, 2003.
- Marinelli, Alberto – Celata, Giandomenico (ed.), *Connecting television. La televisione al tempo di Internet*, Milano, Guerini & Associati, 2012.
- Mascio, Antonella, *Virtuali Comunità*, Milano, Guerini & Associati, 2008.

- Meyrowitz, Joshua, *No sense of place. The impact of electronic media on social behavior*, New York - Oxford, Oxford University Press, 1985, trad. it. *Oltre il senso del luogo. Come i media elettronici influenzano il comportamento sociale*, Bologna, Baskerville, 1995.
- Miller, Vincent, "New Media, Networking and Phatic Culture", *Convergence: the international journal of research into new media technologies*, 14.4 (2008): 387–400.
- Morin, Edgar, *Les Stars*, Paris, Éditions du Seuil, 1972, trad. it. *Le star*, Milano, Olivares, 1995.
- Napoli, Philip M., *Audience Evolution. New technologies and the transformation of media audiences*, New York, Columbia University Press, 2011.
- Thompson, John B., *The media and modernity. A social theory of the media*, Cambridge, Polity Press, 1995, trad. it. *Mezzi di comunicazione e modernità. Una teoria sociale dei media*, Bologna, Il Mulino, 1998.
- Turkle, Sherry, *Alone together: why we expect more from technology and less from each other*, New York, Basic Books, 2011, trad. it. *Insieme ma soli: perchè ci aspettiamo sempre più dalla tecnologia e sempre meno dagli altri*, Torino, Codice, 2012.
- Volli, Ugo, *Figure del desiderio: corpo, testo, mancanza*, Milano, R. Cortina, 2002.

Sitografia

Nielsen, <http://www.nielseninsights.eu/articles/nielsen-misura-la-social-tv> (ultimo accesso il 10.11.2014).

L'autrice

Antonella Mascio_ PhD in Comunicazione e Nuovi Media. Ricercatore in Sociologia dei Processi Culturali e Comunicativi, Università di Bologna. Insegna nei corsi di laurea in Moda (Polo di Rimini,

ZoneModa). Si occupa da alcuni anni delle relazioni sociali presenti online e delle contaminazioni fra Internet e l'universo moda.

L'articolo

Data invio: 30/07/2014

Data accettazione: 30/10/2014

Data pubblicazione: 30/11/2014

Come citare questo articolo

Mascio, Antonella, "La narrazione dell'attesa. Aspettative e attività delle audience nelle pause di programmazione delle serie tv", *Tecnologia, immaginazione e forme del narrare*, Ed. L. Esposito, E. Piga, A. Ruggiero, *Between*, IV.8 (2014), <http://www.betweenjournal.it/>